

**PENGARUH *SELF EFFICACY* DAN MOTIVASI BERPRESTASI
TERHADAP KINERJA AGEN PEMASARAN ASURANSI *EQUITY LIFE*
INDONESIA CABANG RENON DENPASAR**

**I Gusti Ayu Intan¹
I Wayan Gede Supartha²
Putu Saroyeni. P³**

¹Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: ayu_intan555@ymail.com

²Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

³Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ABSTRAK

Pemasaran melalui agen memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perusahaan asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *self efficacy* dan motivasi berprestasi terhadap kinerja agen pemasaran asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar. Jenis penelitian yang dipergunakan adalah explanatory dengan menggunakan tiga variabel yaitu *self efficacy*, motivasi berprestasi dan kinerja. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik sampel yang digunakan adalah sampel jenuh sebanyak 40 responden agen pemasaran. Teknik analisa data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian pada variabel *self efficacy* terhadap kinerja menunjukkan sig. 0,02, sehingga hipotesis alternatif (H_1) diterima yang berarti *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran. Pada variabel motivasi berprestasi terhadap kinerja menunjukkan nilai sig. 0,00 sehingga hipotesis alternatif (H_2) diterima yang artinya motivasi berprestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran asuransi *Equity Life* Indonesia cabang Renon Denpasar.

Kata kunci: *Self efficacy*, Motivasi berprestasi, Kinerja agen pemasaran.

ABSTRACT

Marketing through agent giving enough contribution for the insurance company of *Equity Life* Indonesia Branch of Renon Denpasar. This study aims to analyze the effect of self efficacy and achievement motivation toward marketing agent performance of *Equity Life* Indonesia Branch of Renon Denpasar. This study has been applied explanatory by using three variable that are self efficacy, achievement motivation and performance. Data collection by using questioner. Sampling by saturated sampling by number of 40 marketing agents. Data technique analysis by using multiple linear regression. The result shows at self efficacy toward performance shows sig. 0,02, and alternative hypothesis (H_1) accepted its meaning self efficacy have positive and significant effect toward performance of marketing agent. At variable of achievement motivation toward performance have sig value 0,00 and alternative hypothesis (H_2) accepted its have meaning achievement motivation have positive significant effect toward performance of marketing agent at the insurance of *Equity Life* Indonesia branch of Renon Denpasar.

Keywords: Self efficacy, Achievement motivation, Performance of marketing agent.

PENDAHULUAN

Pemasaran melalui agen memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perusahaan asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar, yakni sebesar 25% premi jiwa di tahun 2015. Agen adalah sebutan yang sering dipergunakan dalam dunia bisnis asuransi untuk menyebut tenaga penjual atau *sales*. Kinerja agen asuransi memegang peranan penting dalam perusahaan asuransi karena dapat memberikan pengaruh langsung terhadap hasil penjualan. Baldauf *et al.* (2001) menyatakan bahwa kinerja tenaga penjual adalah hasil yang didapat dari usaha tenaga penjualan. Dalam meningkatkan kinerja agen pemasaran, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja. Menurut Mangkuprawira dan Aida (2007) salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja adalah faktor individu, meliputi kepercayaan diri atau keyakinan diri (*self efficacy*) dan motivasi yang dimiliki oleh individu.

Bandura (1997) menyatakan *self efficacy* adalah keyakinan yang dipegang seseorang tentang kemampuannya dan juga hasil yang akan ia peroleh dari kerja kerasnya yang akan mempengaruhi cara mereka berperilaku. Memiliki *self efficacy* dalam kehidupan adalah hal yang sangat penting, karena dengan adanya *self efficacy* mendorong seseorang untuk memahami situasi yang dihadapi sehingga dapat menghasilkan kinerja yang optimal. Agen yang memiliki *self efficacy* tinggi akan lebih mudah bangkit ketika mengalami penolakan berkali-kali dari calon nasabah serta lebih giat mencari relasi baru untuk menyalurkan produk. Lebih lanjut Baron dan Byrne (2004) mengatakan, bahwa *self efficacy* merujuk

pada keyakinan individu bahwa ia mampu mengerjakan tugas, mencapai sebuah tujuan atau mengatasi sebuah hambatan.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengungkapkan bahwa *self efficacy* merupakan penentu keberhasilan seseorang dalam pekerjaan (Pillai dan Williams, 2004). Penelitian yang dilakukan oleh Chasanah (2008) pada karyawan PT. Mayora Tbk Regional Jateng dan DIY menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Dijelaskan bahwa *self efficacy* yang dimiliki oleh karyawan memberikan dukungan terhadap kinerja karyawan PT. Mayora Tbk Regional Jateng dan DIY. Penelitian yang dilakukan oleh Fadzilah (2006) menyatakan *self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Penelitian ini dilakukan pada karyawan bagian penjualan pada PT. Sinar Sosro Wilayah Pemasaran Semarang. Diungkapkan, dengan adanya *self efficacy* yang semakin tinggi menandakan bahwa karyawan bagian penjualan memiliki keyakinan yang semakin tinggi dalam mengerjakan tugas dalam memasarkan produk perusahaan. Kondisi ini menjadi pendorong bagi karyawan untuk memberikan hasil kerja yang diharapkan oleh perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2008) pada seluruh karyawan Departemen Produksi PT. HM. Sampoerna, Tbk mengungkapkan bahwa *self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Penelitian lain yang dilakukan oleh Judge dan Bono (2001), Erez dan Judge (2001), Lunenburg (2011) serta Cherian dan Jolly (2013) juga menyatakan adanya hubungan positif antara *self efficacy* terhadap kinerja individual. Hal ini konsisten dengan pendapat Bandura (1997) yang menyatakan bahwa seseorang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi

lebih percaya ia akan mampu mencapai kinerja meskipun ada tekanan (konflik) pada pekerjaan. Jadi seseorang yang memiliki *self efficacy* atau keyakinan diri yang sangat tinggi dalam menjalankan suatu pekerjaan cenderung lebih sukses.

Motivasi sangat diperlukan untuk menjalankan suatu pekerjaan terutama dalam bidang asuransi karena menjual asuransi dan menjadikan bidang ini sebagai karier memiliki banyak tantangan, sehingga dalam peningkatan kinerja, motivasi berprestasi sangat dibutuhkan untuk lebih memacu semangat karyawan dalam meningkatkan pendapatan (*revenue*). Luthans (2006) menyatakan bahwa motivasi adalah proses psikologi yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditujukan untuk tujuan atau insentif. Dalam dunia kerja, motivasi menempati unsur terpenting yang harus dimiliki karyawan, sebab motivasi merupakan kemampuan usaha yang dilakukan seseorang untuk meraih tujuan dan disertai dengan kemampuan individu untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhannya. Orang yang mempunyai motivasi berprestasi tinggi akan tertantang untuk melakukan hal-hal yang baru dan menguji kemampuannya, sehingga semua pekerjaan dengan tingkat kesulitan yang tinggi akan diselesaikan dengan baik (Amelia, 2009).

Penelitian yang dilakukan oleh Alfiandri (2010) menyatakan bahwa motivasi berprestasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Srikandi (2010) mengungkapkan kinerja dosen dipengaruhi secara signifikan oleh motivasi berprestasi. Jadi dapat dijelaskan bahwa motivasi merupakan energi yang bersumber dari dalam diri individu yang mendorong untuk bertindak. Semakin tinggi motivasi berprestasi yang dimiliki, akan mendorong agen untuk bekerja lebih keras demi tercapainya target, begitupun sebaliknya semakin rendah

motivasi berprestasi yang dimiliki agen akan berdampak pada kinerja yang tidak memuaskan. Mulyadi (2002) menyatakan bahwa motivasi berprestasi berpengaruh positif terhadap kinerja. Dinyatakan bahwa dalam mengelola sumber daya manusia tidak terlepas dari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja, salah satunya adalah motivasi. Nicholls (1984) dan Collin *et al.* (2004) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa motivasi berprestasi berpengaruh terhadap kinerja.

Kinerja

Menurut Mangkunegara (2006), kinerja atau prestasi kerja adalah hasil kerja secara kuantitas dan kualitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan.

Kinerja tenaga penjual menurut Baldauf *et al.* (2001) mencakup dua konsep, yaitu (1) perilaku yang ditampilkan oleh tenaga penjualan, (2) hasil yang didapat dari usaha tenaga penjualan. Menurut Grant *et al.* (2001) kinerja tenaga penjualan adalah evaluasi dari berbagai strategi yang digunakan oleh tenaga penjual ketika melakukan tanggung jawab pekerjaannya.

Self Efficacy

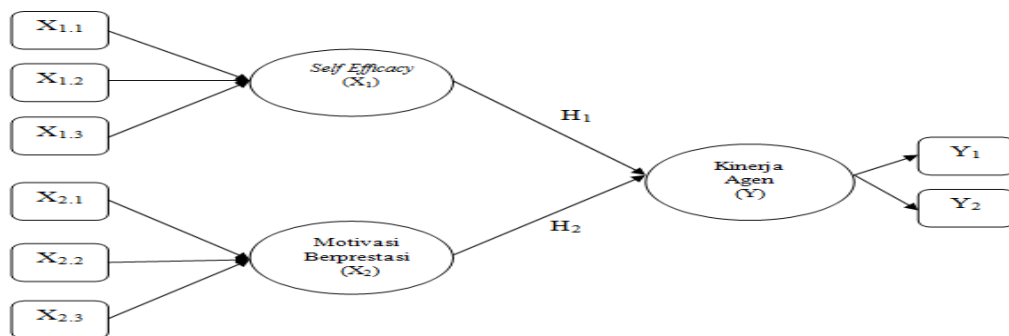
Self efficacy adalah keyakinan yang dipegang seseorang tentang kemampuannya dan juga hasil yang akan ia peroleh dari kerja kerasnya mempengaruhi cara mereka berperilaku (Bandura, 1997). Selanjutnya, Bandura (1997) menambahkan bahwa *self efficacy* merupakan keyakinan individu akan kemampuannya untuk menguasai situasi dan memperoleh hasil yang positif.

Sedangkan menurut Kreitner dan Kinicki (2003) *self efficacy* adalah keyakinan seseorang mengenai peluangnya untuk berhasil mencapai tugas tertentu.

Motivasi Berprestasi

McClelland (Luthans, 2006) mengemukakan bahwa motivasi berkaitan dengan hasrat atau keinginan individu untuk melakukan segala sesuatu sebaik-baiknya, bukan untuk memperoleh penghargaan sosial atau prestasi melainkan untuk mencapai kepuasan batin dalam dirinya. Menurut Munandar (2006) motivasi merupakan sesuatu yang mendorong seseorang untuk bertindak dan berperilaku tertentu, motivasi dapat dipandang sebagai satu ciri yang ada pada calon tenaga kerja ketika diterima masuk bekerja dan menjadi masalah yang sangat penting dalam setiap usaha sekelompok orang yang bekerja sama dalam rangka pencapaian tujuan tertentu.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, hasil beberapa penelitian empiris serta kajian pustaka yang telah diuraikan di atas dapat dibangun kerangka konseptual dan hipotesis penelitian berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Dari kerangka konseptual di atas, selanjutnya disusun dua hipotesis penelitian meliputi :

H1 : *Self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar.

H2 : Motivasi berprestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini termasuk dalam penelitian *eksplanatoris*, yaitu penelitian yang dilakukan dengan maksud memberikan penjelasan deskriptif atau hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2007). Penelitian ini menguji pengaruh *self efficacy* dan motivasi berprestasi terhadap kinerja agen pemasaran asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar. Subyek penelitian adalah agen pemasaran asuransi yang bekerja di *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar. Penelitian ini dilaksanakan di perusahaan asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar dengan mengambil objek penelitian *self efficacy*, motivasi berprestasi dan kinerja.

Jenis data kualitatif penelitian berupa *self efficacy* dan motivasi berprestasi serta kinerja agen pemasaran di *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar, sementara jenis data kuantitatif penelitian berupa usia responden, jumlah premi yang dihasilkan, jumlah polis yang dicapai, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan masa bekerja. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuisioner.

Tabel 1
Dimensi Variabel Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator
1	<i>Self Efficacy</i> (X ₁)	Bandura (2006)	
		a. <i>Efficacy to influence decision making</i>	10
		b. <i>Instructional self efficacy</i>	10
2	Motivasi Berprestasi (X ₂)	c. <i>Disciplinary self efficacy</i>	8
		Elliot & Sheldon, (1997)	
		a. <i>Self esteem</i>	16
3	Kinerja (Y)	b. <i>Personal control</i>	16
		c. <i>Vitality</i>	9
		Robbins (2008)	
		a. Kuantitas	2

Sumber : Data Diolah, 2016

Data variabel kinerja agen diukur dengan menggunakan indikator jumlah premi (Rp) dan jumlah polis. Data jumlah premi (Rp) dan jumlah polis tersebut ditransformasikan ke dalam klasifikasi dari skala 1 yang terendah sampai skala 5 yang tertinggi dengan perhitungan jarak interval menggunakan rumus :

$$C(\text{Interval Kelas}) = \frac{R (\text{jumlah tertinggi} - \text{jumlah terendah})}{K (\text{Jumlah Klasifikasi})}$$

Data variabel *self efficacy* dan motivasi berprestasi dikumpulkan dengan menggunakan metode *survey* dan memakai alat kuisioner, yaitu dengan memberikan daftar pernyataan secara langsung kepada agen sebagai responden. Data atas variabel penelitian diukur dengan menggunakan instrumen skala *likert*.

Populasi penelitian ini adalah agen pemasaran asuransi yang bekerja di *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar dengan jumlah agen sebanyak 40 orang. Dalam penelitian ini, seluruh agen diambil sebagai responden. Data yang

telah terkumpul diuji validitasnya, untuk mengetahui valid tidaknya instrumen pengukuran dikaitkan dengan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Jika koefisien korelasi (r) pada setiap variabel yang diteliti memiliki nilai sama dengan 0,3 atau lebih, maka butir instrumen dinyatakan valid dan jika koefisien korelasi (r) lebih kecil dari 0,3 maka butir instrumen dinyatakan tidak valid, sedangkan pengujian reliabilitas menggunakan teknik statistik *Cronbach Alpha*, untuk menguji reliabilitas. Instrumen dinyatakan reliabel bila memiliki nilai *alpha* lebih besar dari 0,6.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2007). Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan pada kuesioner. Pada teknik analisis ini seluruh item yang diteliti dideskripsikan dengan menggunakan nilai rata-rata dan persentase dari skor jawaban responden.

Dalam menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui dan menganalisis signifikansi hubungan antar variabel. Sebelum dianalisis dengan teknik analisis regresi linear berganda, maka model persamaan regresi linear berganda harus melalui uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik digunakan untuk menilai persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi oleh suatu data yang nantinya akan dianalisis secara statistik khususnya

untuk analisis linier berganda. Adapun jenis asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini (Ghozali, 2002) adalah sebagai berikut.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam residual dari model regresi yang dibuat berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi residual yang normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini uji normalitas data dengan *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila *Kolmogorov-Smirnov* hitung lebih kecil daripada *Kolmogorov-Smirnov* tabel, maka distribusi data dinyatakan normal, dan bila probabilitas lebih besar dari 0,05 maka distribusi dinyatakan tidak normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Cara mendeteksi multikolinearitas adalah sebagai berikut.

- (a) Nilai korelasi antar variabel bebas sangat tinggi, biasanya di atas 0,09.
- (b) Nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 (di bawah 10%) dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) di atas 10. Nilai $VIF = 1/tolerance$. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang lebih baik adalah homokedastisitas. Cara mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan melakukan uji Glejser, yaitu dengan mengamati nilai signifikan regresi yang baru terbentuk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Data penelitian diperoleh dari kuesioner yang telah disebarakan kepada seluruh responden yang berjumlah 40 orang. Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuisisioner, dikemukakan karakteristik responden seperti berikut.

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Laki-laki	15	37,5
2	Perempuan	25	62,5
	Jumlah	40	100

Sumber : *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan (62,5%). Hal ini kemungkinan disebabkan oleh pekerjaan sebagai agen yang tidak mengikat waktu, sehingga memungkinkan bagi perempuan yang sudah berkeluarga untuk dapat membagi waktu antara pekerjaan rumah dengan kantor.

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase
1	20– 25 Tahun	5	12,5
2	26 – 30 Tahun	10	25,0
3	> 30 Tahun	25	62,5
	Jumlah	40	100

Sumber : *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh responden terbanyak adalah berumur > 30 tahun (62,5%). Hal ini dikarenakan pada usia >30 dapat dikatakan dalam perkembangannya adalah usia dewasa dan sudah banyak melakukan penyesuaian, sehingga cenderung sudah menetapkan pilihan di satu pekerjaan.

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	D3	15	37,5
2	S1	25	62,5
	Jumlah	40	100

Sumber : *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh sebagian besar responden menurut tingkat pendidikannya adalah S1 (62,5%). Dikarenakan banyak yang memilih profesi ini untuk jenjang karir.

2. Uji Kualitas Instrumen

Hasil uji validitas terhadap 40 responden agen dengan menggunakan kuesioner menunjukkan terdapat 14 nilai koefisien korelasi (r) yang lebih besar dari 0,3 untuk variabel *self efficacy* dan 39 nilai koefisien korelasi (r) yang lebih besar dari 0,3 untuk variabel motivasi beprestasi, sehingga dapat dinyatakan layak digunakan sebagai alat ukur.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel lebih besar dari 0,6. Jadi, dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel telah memenuhi syarat reliabilitas atau dapat dikatakan reliabel, sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Variabel *Self Efficacy*

Penilaian variabel *self efficacy* diukur melalui persepsi responden terhadap tiga dimensinya. Dalam hal ini diukur dengan 14 pernyataan, yang dibentuk oleh tiga dimensi yang digunakan untuk mengukur *self efficacy* yaitu *efficacy to influence decision making*, *instructional self efficacy*, dan *diciplinary self efficacy*.

Tabel 5
Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel *Self Efficacy*

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata	Ket
		STS	TS	N	S	ST		
	<i>Efficacy to influence decision making</i>						3,12	
1	Membuat keputusan		16	24			3,20	Sedang
2	Mengekspresikan pandangan		14	9	17		3,08	Sedang
3	Mengumpulkan bahan presentasi		17	4	19		3,05	Sedang
4	Mengumpulkan peralatan yang dibutuhkan		24	3	13		2,73	Sedang
5	Menghubungi nasabah		16	9	14	1	3,00	Sedang
6	Mendapatkan nasabah yang bersedia mendengarkan		11	10	18	1	3,23	Sedang
7	Mengatasi kebingungan nasabah		10	3	26	1	3,45	Tinggi
8	Meningkatkan pengetahuan nasabah		11	9	19	1	3,25	Sedang
9	Membujuk calon nasabah		20	5	15		2,88	Sedang
10	Mendapatkan nasabah		13	5	21	1	3,25	Sedang
	<i>Instructional self efficacy</i>						3,14	
11	Menggali informasi kebutuhan calon nasabah		20	8	11	1	2,83	Sedang
12	Melakukan pendekatan dengan calon nasabah		14	3	22	1	3,25	Sedang
13	Menjelaskan manfaat asuransi		13	1	25	1	3,35	Tinggi
	<i>Disciplinary self efficacy</i>						2,85	
14	Mencegah terjadinya masalah dalam proses klaim		21	4	15		2,85	Sedang
	Rata-rata						3,10	Sedang

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 5, hasil jawaban responden terhadap variabel *self efficacy* secara umum adalah agen pemasaran pada asuransi *Equity Life* Indonesia cabang Renon masuk ke dalam kategori sedang. *Self Efficacy* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,10. Dimensi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah *instructional self efficacy*, dengan indikator tertingginya yaitu menjelaskan manfaat asuransi pada calon nasabah. Selain itu, dimensi berikutnya yang memiliki nilai rata-rata diatas 3,00 adalah *efficacy influence decision making* dengan indikator tertingginya adalah mengatasi kebingungan nasabah. Dimensi yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah *disciplinary self efficacy* dengan indikatornya mencegah masalah dalam proses klaim.

b. Variabel Motivasi Berprestasi

Penilaian variabel motivasi berprestasi diukur melalui persepsi responden terhadap tiga dimensinya. Dalam hal ini diukur dengan 39 pernyataan, yang dibentuk oleh 3 dimensi yang digunakan untuk mengukur motivasi berprestasi yaitu *self esteem*, *personal control*, dan *vitality*.

Tabel 6
Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Motivasi Berprestasi

No	Pernyataan	Frekuensi				Rata-Rata	Ket
		STS	TS	N	S		
	<i>Self Esteem</i>					3,10	
1	Mencapai prestasi	1	15		24	3,18	Sedang
2	Membanggakan pimpinan	2	16	1	21	3,03	Sedang
3	Tepat waktu	2	16	4	18	2,95	Sedang
4	Tampil baik	4	14	3	19	2,93	Sedang
5	Menyemangati diri sendiri	3	14	3	20	3,00	Sedang
6	Meningkatkan pengetahuan	2	17	6	15	2,85	Sedang
7	Meningkatkan keterampilan	2	19	2	17	2,85	Sedang
8	Menolak pekerjaan	1	18	2	19	2,98	Sedang
9	Mencapai target		13	3	24	3,28	Sedang

No	Pernyataan	Frekuensi				Rata-Rata	Ket	
		STS	TS	N	S			ST
10	Menunda presentasi produk		14	1	25		3,28	Sedang
11	Mengatasi hambatan	1	14	2	23		3,18	Sedang
12	Menghadiri presentasi	1	18	1	20		3,00	Sedang
13	Optimis		12	3	25		3,33	Tinggi
14	Konsentrasi pada tugas		10	3	27		3,43	Tinggi
15	Mencari kesalahan		14	4	22		3,20	Sedang
16	Malas	1	15	1	23		3,15	Sedang
	Personal Control						3,21	
17	Mengatakan yang tidak bermanfaat		14	1	25		3,28	Sedang
18	Tidak membuang waktu	1	10	2	27		3,38	Tinggi
19	Khawatir tidak mencapai target		16	3	21		3,13	Sedang
20	Bekerja hemat waktu		15	2	22	1	3,23	Sedang
21	Bekerja hemat biaya		14	3	22	1	3,25	Sedang
22	Menghindari kesalahan		17	3	20		3,08	Sedang
23	Mengecewakan pimpinan		16	3	1		3,13	Sedang
24	Menghindari resiko kegagalan		13	5	21	1	3,25	Sedang
	Vitality						3,15	
25	Mencoba kegiatan menantang		18	7	15		2,93	Sedang
26	Melakukan pekerjaan dengan baik		22	5	12	1	2,80	Sedang
27	Melaksanakan tanggung jawab		8	6	26		3,45	Tinggi
28	Menghindari penilaian buruk		9	9	22		3,33	Tinggi
29	Mencapai hasil sempurna		14	4	22		3,20	Sedang
30	Kegiatan sesuai kompetensi		10	8	22		3,30	Sedang
31	Belajar hal baru		15	6	19		3,10	Sedang
32	Menyelesaikan tugas tepat waktu		15	5	20		3,13	Sedang
33	Kerja keras		19	6	15		2,90	Sedang
34	Gagal mencapai tujuan		11	11	18		3,18	Sedang
35	Menghindari tanggung jawab		20	3	17		2,93	Sedang
36	Mencoba cara baru		22	2	16		2,85	Sedang
37	Menemukan penyebab kegagalan		13	2	25		3,30	Sedang
38	Mengerjakan pekerjaan lebih cepat		21	2	17		2,90	Sedang
39	Rajin mencari nasabah baru		2	1	30	7	4,05	Tinggi
	Rata-rata						3,14	Sedang

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 6, hasil jawaban responden terhadap variabel motivasi berprestasi secara umum adalah agen pemasaran pada asuransi *Equity Life* Indonesia cabang Renon masuk ke dalam kategori sedang. Motivasi berprestasi memiliki nilai rata-rata sebesar 3,14. Dimensi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah *personal control* dengan nilai rata-rata 3,21. Indikator tertinggi

dalam dimensi *personal control* yaitu tidak membuang-buang waktu, sedangkan untuk dimensi *vitality* memiliki nilai rata-rata 3,15 dengan indikator tertingginya adalah rajin mencari nasabah baru. Selain itu, dimensi yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah *self esteem*, dengan indikator tertingginya adalah konsentrasi pada tugas.

c. Variabel Kinerja

Penilaian variabel kinerja diukur melalui indikator jumlah premi dan jumlah polis.

Tabel 7
Deskripsi Kategori Pencapaian Polis dan Premi Responden Terhadap Variabel Kinerja

No	Pernyataan	Frekuensi					Rata-Rata	Keterangan
		SR	R	S	T	ST		
1	Polis	35	2	1	2		1.25	Sangat Rendah
2	Premi	28	4	4	1	3	1.34	Sangat Rendah

Sumber : Data Diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa kinerja agen pemasaran dalam bentuk nilai polis dan premi yang dapat dicapai oleh agen asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon sebagian besar masuk ke dalam kategori sangat rendah. Agen tidak mampu mencapai target disebabkan oleh rendahnya *self efficacy* dan motivasi berprestasi yang dimiliki.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh *self efficacy* dan motivasi berprestasi terhadap kinerja.

Tabel 8
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,983	1,147		,857	,397
Self Efficacy	,391	,130	,212	3,000	,020
Motivasi Berprestasi	1,163	,244	,594	4,769	,000
F_{hitung}	14,908				
Adjusted R ²	0,446				
Sig	0,00				

Sumber : Data diolah, 2016

Sebelum dianalisis dengan teknik analisis regresi linear berganda, maka model persamaan regresi linear berganda harus melalui uji asumsi klasik. Berikut disajikan hasil uji asumsi klasik

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual dari model regresi yang dibuat berdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika signifikansi dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi secara normal.

Tabel 9
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000

	Std. Deviation	,70186153
Most Extreme Differences	Absolute	,163
	Positive	,163
	Negative	-,082
Kolmogorov-Smirnov Z		1,029
Asymp. Sig. (2-tailed)		,241

Sumber : Data Diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 9, hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* nilai signifikansinya sebesar 0,241 maka dapat diambil kesimpulan bahwa data residual terdistribusi normal karena signifikansi nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian. Uji ini dapat dianalisis melalui uji *gletser* dengan melihat tingkat signifikansi, jika tingkat signifikansi berada di atas 0,05 maka model regresi ini bebas dari masalah heterokedastisitas.

Tabel 10
Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,492	,678		,725	,473
	Self Efficacy	,285	,236	,310	1,210	,093
	Motivasi Berprestasi	,288	,144	,296	2,000	,053

Sumber : Data Diolah, 2016

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Tabel 10, tingkat signifikansi berada di atas 0,05 dengan demikian dapat dikatakan bahwa dalam model regresi ini terdapat heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya terjadi korelasi diantara variabel bebas. Suatu model regresi dapat dikatakan baik jika terjadi multikolinearitas di dalamnya. Model regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah yang memiliki nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 10%.

Tabel 11
Uji Multikolinearitas Model

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Self Efficacy	,964	1,038
Motivasi Berprestasi	,964	

Sumber : Data Diolah, 2016

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Tabel 11, nilai *tolerance* variabel bebas lebih dari 10% atau 0.1 dan nilai VIF kurang dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

6. Uji Statistik F

Berdasarkan Tabel 8, dapat dilihat bahwa model memiliki nilai sig sebesar 0,00 lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ yang menunjukkan model penelitian ini layak digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dikatakan bahwa variabel *self efficacy* dan motivasi berprestasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja.

Berdasarkan Tabel 8, nilai R^2 sebesar 0,446, ini berarti sebesar 44,6 persen (%) variabel *self efficacy* dan motivasi berprestasi berpengaruh terhadap kinerja

agen pemasaran asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar, sedangkan sisanya sebesar 55,4 persen (%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

7. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil nilai signifikansi dengan $\alpha=0,05$ dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Hipotesis 1 : pengaruh *self efficacy* terhadap kinerja agen pemasaran.

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh nilai *standardized coefficients* beta untuk variabel *self efficacy* sebesar 0,212 dan nilai signifikansi sebesar 0,02. Hal ini berarti bahwa *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja sehingga hipotesis diterima.

- b. Hipotesis 2 : pengaruh motivasi berprestasi terhadap kinerja agen pemasaran.

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh nilai *standardized coefficients* beta untuk variabel motivasi berprestasi sebesar 0,594 dan signifikansi sebesar 0,00. Hal ini berarti motivasi berprestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja sehingga hipotesis diterima.

8. Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Kinerja

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran asuransi *Equity Life* Indonesia cabang Renon. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi *self efficacy* maka akan semakin tinggi kinerja agen pemasaran. Agen yang memiliki *self efficacy* yang tinggi ketika mengalami penolakan dari calon nasabah atau tidak mampu

mencapai target dalam batas waktu yang ditentukan tidak akan mempengaruhi kinerja. Agen justru akan lebih giat lagi berupaya mencari cara agar mampu mencapai target.

Indikator dengan rata-rata tertinggi adalah mengatasi kebingungan calon nasabah dengan nilai rata-rata 3,45. Kemampuan agen dalam mengatasi kebingungan calon nasabah tentu akan berdampak baik pada kinerja, sebab jika agen mampu menjelaskan dengan lugas dan mampu mengatasi kebingungan calon nasabah dengan memberikan solusi yang dibutuhkan calon nasabah dalam memilih produk asuransi akan membuat calon nasabah merasa yakin untuk bergabung dalam asuransi. Indikator lain seperti, meningkatkan pengetahuan calon nasabah, melakukan pendekatan pada calon nasabah, membuat keputusan, menjelaskan manfaat asuransi pada calon nasabah juga memiliki nilai rata-rata tinggi diatas 3,00.

Indikator lainnya yang memiliki nilai di bawah 3,00 seperti mencegah terjadinya masalah dalam proses klaim dan membujuk nasabah, menggali informasi kebutuhan calon nasabah. Hal tersebut akan berdampak pada penurunan kinerja. Agen harus mampu membujuk dan meyakinkan calon nasabah bahwa tidak akan terjadi masalah dalam proses klaim melalui presentasi yang dilakukan serta menggali informasi produk asuransi mana yang sesuai dengan dengan kebutuhan calon nasabah, sehingga calon nasabah tidak akan ragu untuk bergabung dalam asuransi.

Beberapa penelitian yang dilakukan secara berbeda baik secara strategi ataupun metodologi, menunjukkan bahwa *self efficacy* dapat meningkatkan

kinerja (Bandura & Locke. 2003). Didukung oleh penelitian lainnya yang dilakukan oleh Smith *et al.* (2006) menunjukkan bahwa *self-efficacy* khususnya untuk tugas yang spesifik berhubungan secara signifikan terhadap kinerja. Bouchard (2001) menemukan bahwa murid-murid dengan tingkat *self-efficacy* tinggi dapat menyelesaikan tugas yang diberikan dengan lebih baik bila dibandingkan dengan murid-murid dengan tingkat *self-efficacy* yang rendah. Judge dan Bono (2001) serta Erez dan Judge (2001) menyatakan adanya hubungan positif antara *self efficacy* terhadap kinerja individual.

9. Pengaruh Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berprestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon. Hal ini membuktikan semakin tinggi motivasi berprestasi agen pemasaran maka akan semakin tinggi kinerja. Motivasi berprestasi dengan indikator yang memiliki deskripsi jawaban nilai rata-rata diatas 3,00 seperti rajin mencari nasabah baru, mencapai target, mengatasi hambatan, menyelesaikan tugas dengan tepat waktu, menemukan penyebab kegagalan harus dipertahankan dan ditingkatkan agar dapat menghasilkan kinerja yang lebih tinggi.

Indikator dengan rata-rata tertinggi adalah rajin mencari nasabah baru dengan nilai rata-rata 4,05. Nilai ini menunjukkan bahwa agen melaksanakan tanggung jawab yang diberikan dalam mencapai target dengan berupaya rajin mencari nasabah baru. Indikator seperti belajar hal baru, menemukan penyebab kegagalan, mencapai hasil sempurna, mengatasi hambatan juga memiliki nilai

rata-rata tinggi diatas 3,00. Selain itu, indikator dengan rata-rata terkecil adalah melakukan pekerjaan dengan lebih baik yang memiliki nilai rata-rata 2,80. Indikator seperti meningkatkan keterampilan, tampil dengan baik, meningkatkan pengetahuan dan mencoba cara baru juga memiliki nilai rata-rata di bawah 3,00. Hal tersebut dapat menurunkan kinerja, karena usaha agen dalam mencari nasabah baru harus seimbang dengan keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga dapat meyakinkan nasabah untuk bergabung dalam asuransi.

Motivasi dapat menjadi energi untuk menggerakkan segala potensi yang dimiliki karyawan sehingga dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja. Dengan pemberian motivasi yang tepat akan mendorong karyawan dalam melaksanakan tugasnya secara maksimal, sehingga diharapkan perusahaan dapat mencapai berbagai tujuan dan sasaran (Waworuntu, 2011). Jadi dapat dinyatakan bahwa motivasi merupakan suatu kondisi yang ada dalam diri manusia yang mendorong seseorang melaksanakan upaya setinggi mungkin demi mencapai tujuan yang telah ditentukan. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Collins *et al.* (2004) yang menyatakan bahwa motivasi berprestasi berpengaruh positif dengan kinerja wirausaha. Iyer dan Kamalanabhan (2006) juga menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara motivasi berprestasi dengan kinerja.

IMPLIKASI PENELITIAN

Pada penelitian ini, dibuktikan bahwa *self efficacy* dan motivasi berprestasi berpengaruh terhadap kinerja agen pemasaran asuransi. Temuan dalam penelitian

ini memperkaya bukti empiris pengaruh *self efficacy* dan motivasi berprestasi terhadap kinerja. Keyakinan akan kemampuan diri (*self efficacy*) dan memiliki motivasi berprestasi yang tinggi mendorong individu berbuat lebih efektif dengan memilih langkah-langkah dan cara-cara yang akan ditempuh dalam menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan. Hasil penelitian kemudian dapat dikembangkan menjadi sebuah strategi yang dapat meningkatkan kinerja agen pemasaran *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar agar dapat terus berkembang dengan baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar. Motivasi berprestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar. Kinerja dari 15 orang agen harus ditingkatkan, karena masuk ke dalam kategori rendah dan sangat rendah, sedangkan kinerja 25 orang agen harus tetap dipertahankan bila mungkin ditingkatkan. Dalam membangun *self efficacy*, perusahaan perlu meningkatkan indikator yang memiliki deskripsi jawaban dengan nilai rata-rata dibawah 3,00 seperti menggali informasi kebutuhan calon nasabah, mencegah terjadinya masalah dalam proses klaim, membujuk calon nasabah. Motivasi berprestasi memiliki pengaruh terhadap kinerja agen. Untuk itu perusahaan perlu meningkatkan indikator dari motivasi berprestasi yang memiliki deskripsi

jawaban dengan nilai rata-rata dibawah 3,00 seperti meningkatkan pengetahuan, meningkatkan keterampilan, mencoba cara baru dalam mendekati calon nasabah, mengerjakan pekerjaan dengan lebih cepat, tepat waktu dan bekerja lebih keras. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu *self efficacy* dan motivasi berprestasi yang diukur pengaruhnya terhadap kinerja sebagai variabel dependen. Untuk penelitian lebih lanjut, dapat menyertakan variabel independen lainnya seperti budaya organisasi, kepemimpinan, komunikasi dan lain sebagainya sehingga pengaruh variabel-variabel lainnya berdampak positif bagi pengelolaan perubahan pada level individu.

REFERENSI

- Alfiandri. 2010. Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*. Vol.10 No.1, hal. 37-47
- Amelia, Rina. 2009. Pengaruh Motivasi Berprestasi terhadap Kinerja Perawat dalam Asuhan Keperawatan Pasien Gangguan Jiwa di Rumah Sakit Jiwa Daerah Provinsi Sumatera Utara, Medan. *Majalah Kedokteran Nusantara*. Vol.42 No. 1, hal. 8-13
- Baldauf, Artur., Cravens, David W. and Nigel F. Piercy. 2001. Examining Business Strategy, Sales Management, and Salesperson Antecedents of Sales Organization Effectiveness. *Journal of Personal Selling and Sales Management*. Vol.XXI, No.2, pp.109-122
- Bandura, A. 1977. *Self-efficacy* : Toward A Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychology Review*, 84, pp.191-215.
- . 2006. *Self-Efficacy Beliefs of Adolescent*,. pp. 328.
- Bandura, A. Locke Edwin. A. 2003. Negative Self Efficacy and Goal Effects Revisited. *Journal of Applied Psychology*. Vol.88 No.1, pp. 87-99.
- Baron, Robert A. dan Byrne, Donn. 2004. *Psikologi Sosial*. (Terjemahan Dra. Ratna Djuwita, Dipl, Psychl, dkk) Jilid. 1 Jakarta : Erlangga

- Bouchard, Therese, B. 2001. Influence of Self-Efficacy on Performance in a Vol. 16 No. 2, September 2009 Jurnal Bisnis dan Ekonomi 107 Cognitive Task. *The Journal of Social Psychology*. Vol. 130, No. 3, pp. 353-363.
- Chasanah, Nur. 2008. Analisis Pengaruh Epowerment, *Self Efficacy* dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Empiris pada Karyawan PT.Mayora Tbk Regional Jateng dan DIY). (Tesis). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Cherian, Jacob., Jolly Jacob. 2013. Impact of Self Efficacy on Motivation and Perfomance of Employees. *International Journal of Business and Management*. Vol. 8., No. 14, pp. 80-88
- Collins, Christopher., Paul J. Hanges, and Edwin A. Locke. 2004. The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta-Analysis. Cornell University ILR School, pp. 1-23
- Elliot.Andrew J, Kennon. M. Sheldon. 1997. Avoidance Achievement Motivation: A Personal Goals Analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol.73, No. 1, pp. 185
- Erez, A dan T.A. Judge. 2001. Relationship of core Self Evaluation to Goal Setting, Motivation and Performance. *Journal of Applied Psychology*. Vol. 86, No.1, pp. 1270-1279
- Fadzilah, Ari. 2006. Analisis Pengaruh Pemberdayaan Karyawan Dan *Self Of Efficacy* Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Penjualan (Studi Kasus Pada PT.Sinar Sosro Wilayah Pemasaran Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. Vol.3, No.1, hal. 12-25
- Grant, Ken, David W Cravens, George S.Low, William C. Moncrief. 2001. The role of Satisfaction with Territory design on the motivation, attitudes and work outcomes of sales people. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol.29 No.2, pp.165-178
- Ghozali, Saydam. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Denpasar : Astabrata Bali Denpasar.
- Handayani, Wiwik. 2008. Dampak Komitmen Organisasi, *Self Efficacy* Terhadap Konflik Peran Dan Kinerja Karyawati PT. HM Sampoerna, Tbk Di Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. Vol.8, No. 2, hal. 69-78
- Iyer. Uma J, TJ Kamalanabhan. 2006. Achievement Motivation and Perfomance of Scientist in Research Development Organizations. *Journal of Scientific & Industrial Research*. Vol. 65. Pp. 187-194

- Judge, T.A. dan J.E.Bono. 2001. Relationship of Core Self Evaluation Traits Self Esteem, Generalized Self Efficacy, Locus of Control and Emotional Stability with Joba Satisfaction and Job Performance: a Meta analysis. *Journal of Applied Psychology*. Vol. 86, No.1, pp. 80-92
- Kreitner, R., A. Kinicki. 2003. *Perilaku Organisasi*. Edisi Pertama. Jakarta. Salemba Empat.
- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi 10th*. Edisi Indonesia. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Lunenburg. Fred C. 2011. Self Efficacy in The Workplace: Implication for Motivation and Perfomance. *International Journal Of Management, Business,and Administration*.Vol. 14, No. 1, pp. 1-6
- Mangkuprawira, Sjafrid dan Aida V.Hubies. 2007. *Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia*. Ghalia Bogor.
- Mulyadi, Edi. 2002. Pengaruh Sikap dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Publik dan Bisnis*: Vol. 1, No 1
- Munandar, A.,S. 2006. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press). Jakarta.
- Nicholls, John G. 1984. Achievement Motivation: Conception of Ability, Subjective Experience, Task Choice, and Perfomance. *American Psychological Association*.Vol. 91, No.3, pp. 328-346
- Pillai. R and E. Williams. 2004. Transformational Leadership, Self Efficacy, Group Cohesiveness, Commitment and Performance. *Journal of Change Management*. 17, pp. 144-159
- Robbins, Stephen P. 2008. *Perilaku Organisasi*. Edisi Kedua belas. Salemba Empat. Jakarta.
- Smith, Sara. A., Kass, Steven. J., Rotunda, Rob. J., and Schneider, Sherry. K. 2006. If At First You Don't Succeed: Effects of Failure on General and Task-Specific Self- Efficacy and Performance. *North America Journal of Psychology*. Vol. 8, No. 1, pp. 171-182.
- Srikandi, Wiwik. 2010. Pengaruh Perilaku Kepemimpinan, Budaya Organisasi, dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Dosen di STIESIA Surabaya. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis Dan Sektor Publik (JAMBSP)*. ISSN 1829-9857. Vol. 6, No. 3, hal. 353-354
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Waworuntu, Jimmy. 2011. Hubungan Antara Motivasi Berprestasi Dan Kinerja Profesional Guru Teknologi SMK Negeri 2 Manado. *Elektromanika*. Vol 1, No.1, hal. 1-8